Office national du film du Canada

2008-2009

Rapport sur les plans et les priorités

L'honorable Josée Verner, CP, députée
Ministre du Patrimoine canadien, de la Condition féminine et des Langues officielles

Table des matières

SECTION I – SURVOL **4**

1.1 Message de la ministre 5

1.2 Message du commissaire du gouvernement à la cinématographie 6

1.3 Déclaration de la direction 8

1.4 Survol de l'ONF 9

Raison d'être *9*

Renseignements sur l'organisation *10*

Tableau de concordance de l'architecture des activités de programme (APP) *13*

Postes votés et législatifs inscrits dans le Budget principal des dépenses *14*

Tableau des dépenses prévues du ministère et équivalents temps plein *15*

Renseignements sommaires *16*

Activité de programme par résultat stratégique *17*

Plans et priorités de l'ONF *19*

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR OBJECTIF STRATÉGIQUE **25**

2.1 Analyse détaillée des activités de programme 26

2.2 Activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles 26

2.3 Activité de programme : distribution, accessibilité et rayonnement 31

2.4 Activité de programme : Fonds renouvelable 36

SECTION III – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES **37**

Tableau 1 : Liens de l'ONF avec les résultats du gouvernement du Canada 38

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT **39**

SECTION I – SURVOL

Ministre du Patrimoine canadien,
de la Condition féminine et des Langues officielles

Minister of Canadian Heritage,
Status of Women and Official Languages

Ottawa, Canada K1A 0M5

Grâce à la contribution de communautés dynamiques d'un bout à l'autre du pays et à une créativité sans égal, les Canadiens jouissent d'un patrimoine culturel des plus riches et des plus diversifiés. Malgré la vaste étendue de notre territoire, notre culture toute particulière a grandement contribué à raffermir la fédération canadienne. Notre société sait créer et innover; elle sait aussi tirer parti des nombreuses possibilités offertes par les rapides avancées technologiques. Les organismes du Portefeuille de Patrimoine canadien veillent à ce que le secteur culturel puisse profiter de toutes les occasions qui se présentent, en plus d'assurer la vitalité de la culture et des arts canadiens et de les rendre accessibles aux gens d'ici et d'ailleurs.

En tant que membre du portefeuille du ministère du Patrimoine canadien, l'Office national du film (ONF) contribue de façon remarquable à la vie culturelle du Canada. L'ONF joue un rôle unique en offrant aux spectateurs canadiens et étrangers une programmation innovatrice, créative et pertinente. Fort de son excellence créatrice, l'ONF valorise la participation communautaire, en fait la promotion et encourage les citoyens à faire entendre leurs voix. Les nouvelles technologies de production et de distribution permettent à l'ONF de réaffirmer sa pertinence et de s'assurer que les nombreuses communautés qui composent la société canadienne ont accès à sa programmation riche et diversifiée.

Comme le démontre le plan de travail présenté dans le *Rapport sur les plans et les priorités* de 2008-2009, l'Office national du film poursuivra son travail afin de préserver et de promouvoir notre patrimoine culturel, qui est au cœur de ce qui nous définit en tant que Canadiens.

L'honorable Josée Verner, C.P., députée

Canada

1.2 Message du commissaire du gouvernement à la cinématographie

Depuis près de 70 ans, l'Office national du film joue un rôle vital dans la société canadienne en tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles d'intérêt public. Il est reconnu et salué à l'échelle de la planète comme l'un des grands laboratoires de recherche, de développement et d'innovation dans l'univers du documentaire, de l'animation et, désormais, des nouveaux médias. L'ONF est unique à offrir aux créateurs un lieu où élaborer – sous de nouvelles formes – des œuvres authentiques, pertinentes sur le plan social et essentielles à la création de valeurs civiques et démocratiques communes dans une société de plus en plus diversifiée qui évolue rapidement. En soutenant les cinéastes de la relève, les membres des diverses communautés culturelles, linguistiques et autochtones ainsi que les personnes handicapées, l'ONF s'assure que ses œuvres audiovisuelles reflètent la diversité canadienne et exposent les réalités sociales et culturelles en mutation du pays. À titre de fournisseur de contenu audiovisuel canadien, l'ONF est l'institution de confiance par excellence et un important véhicule des valeurs canadiennes auprès de la jeunesse canadienne. Fournisseur public, il est le mieux placé pour innover et prendre des risques artistiques que ni le secteur privé ni le télédiffuseur public ne peuvent accepter de prendre.

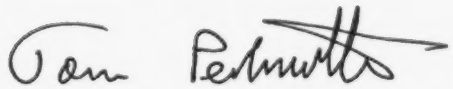
À l'ère du numérique, l'ONF a une place plus essentielle que jamais comme producteur public canadien puisqu'il assume les types de risques auxquels, en cette tempête de changements, l'industrie audiovisuelle n'a pas les moyens de s'exposer. Encore et encore, l'ONF a montré qu'il sait, à lui seul ou en partenariat avec le secteur privé, diriger des projets qui profiteront à l'industrie et à la population canadienne. L'ONF se distingue notamment par sa capacité à s'aventurer dans des marchés incertains pour créer des biens publics qui enrichissent le pays et sont garants de leadership culturel tant chez nous qu'à l'étranger. La valeur de sa marque à l'échelle internationale, sa création artistique et son inventivité ont attiré de nouveaux investissements au Canada et ouvert au secteur privé les portes de nouveaux marchés, au Brésil et à Singapour par exemple.

L'inévitable passage au numérique modifie de fond en comble les modes d'utilisation et d'interaction des auditoires par rapport aux médias audiovisuels. Les nouvelles technologies donnent à l'ONF l'occasion de rejoindre tous les Canadiens et Canadiennes par des moyens jusque-là inexistants, de leur offrir une expérience médiatique enrichie, interactive et dynamique. Ces technologies entraînent toutefois de nombreux défis dus à la prolifération des formats numériques. L'ONF doit donc incessamment revoir ses modèles de production et explorer de nouveaux langages cinématographiques. Sa stratégie du numérique jettera les bases qui lui permettront de recourir aux nouvelles technologies de production et aux nouvelles plateformes de distribution et ainsi s'assurer que ses œuvres audiovisuelles sont toujours pertinentes et que toutes les communautés canadiennes et étrangères y ont accès.

De nos jours, l'ONF est le dépositaire de l'un des plus précieux patrimoines audiovisuels du Canada, un patrimoine dans lequel la population canadienne investit depuis près de 70 ans. Ses près de 13 000 films, 500 000 photos, d'innombrables documents sonores et

quelque 6 000 guides pédagogiques accompagnant les productions rendent compte de la vie et de la créativité canadienne au fil des ans. Le devoir de l'ONF dépasse largement la conservation. L'organisme s'attache à revitaliser constamment sa collection en produisant et distribuant les œuvres complètes de grands noms comme Norman McLaren, Pierre Perrault et Alanis Obomsawin, en lançant des œuvres d'importance à caractère historique pour le milieu de l'éducation, et en veillant à ce que la population canadienne ait accès à ces trésors qui sont siens de plein droit. La stratégie du numérique est essentielle à cet avènement.

L'ONF est en pleine restructuration organisationnelle et artistique : 2008-2009 marquera la mise en œuvre de la nouvelle architecture des activités de programme et le repositionnement en matière de planification stratégique pour les cinq prochaines années. Tout au long de ce processus, l'organisme suivra les principes de saine gouvernance et de responsabilisation qui contribueront à établir des liens de confiance avec les Canadiens et Canadiennes.



Tom Perlmutter

Commissaire du gouvernement à la cinématographie et
président de l'Office national du film du Canada

1.3 Déclaration de la direction

Je soumets, en vue de son dépôt au Parlement, le *Rapport sur les plans et les priorités* (RPP) de 2008-2009 de l'Office national du film du Canada.

Le présent document a été préparé conformément aux principes de présentation des rapports énoncés dans le *Guide de préparation de la Partie III du Budget des dépenses 2008-2009 : Rapports sur les plans et les priorités et Rapports ministériels sur le rendement :*

- Il est conforme aux exigences précises de déclaration figurant dans les lignes directrices du SCT;
- Il repose sur les résultats stratégiques et l'architecture des activités de programme de l'agence, qui ont été approuvés par le Conseil du Trésor;
- Il présente une information cohérente, complète, équilibrée et fiable;
- Il fournit une base pour la reddition de comptes à l'égard des résultats obtenus avec les ressources et les autorisations qui lui sont confiées;
- Il rend compte de la situation financière en fonction des chiffres des dépenses prévues approuvées provenant du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

Luisa Frate

Luisa Frate, CA

Directrice, Administration

1.4 Survol de l'ONF

Raison d'être

L'Office national du film est une institution publique de production et de distribution d'œuvres audiovisuelles disposant d'une vaste collection de films, d'un laboratoire de conservation, ainsi que de services de postproduction et de recherche et développement.

L'ONF produit, dans les deux langues officielles, du contenu audiovisuel canadien, innovateur et captivant sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays. Réalisées par des cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – les productions audiovisuelles de l'Office national du film mettent en évidence de nombreux talents prometteurs recrutés dans la relève et parmi les cinéastes chevronnés; elles proposent un point de vue authentiquement canadien reconnu tant chez nous qu'à l'étranger.

Les œuvres audiovisuelles de l'ONF offrent un point de vue véritablement canadien, sur le plan de la diversité tant culturelle que régionale, reconnu au Canada comme à l'étranger. De ce fait, l'ONF joue un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne du film et de la télévision.

Depuis ses tous débuts, l'ONF est une source d'innovation pour l'industrie canadienne, étant à l'avant-scène des nouveautés technologiques et contribuant à la réputation internationale de l'industrie cinématographique canadienne dans le domaine du documentaire et de l'animation d'auteur. Aujourd'hui encore, l'ONF demeure fidèle à cette tradition, entretenant un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'ouverture de nouvelles voies vers la créativité dans le domaine audiovisuel. En plus de conseiller le gouvernement et l'industrie, l'ONF donne son appui à des projets techniques visant à faire progresser l'art et la science du cinéma.

Exploitant l'énorme potentiel des nouvelles technologies, l'ONF a développé divers réseaux de distribution classiques et virtuels qui rendent ses nouvelles productions et sa vaste collection de films – la mémoire collective du Canada – encore plus accessibles aux Canadiens et Canadiennes, dans chaque province et territoire.

Avantages pour la population canadienne et pour le monde

L'image de marque de l'ONF recèle une valeur extraordinaire, car elle évoque l'intégrité, l'engagement social, l'attachement à se mettre au service de la diversité, de l'innovation artistique et de l'authenticité. Les Canadiens et Canadiennes investissent dans l'Office national du film depuis près de 70 ans. Depuis sa création en 1939, l'ONF demeure – grâce à ses liens profonds avec les communautés et la population aux quatre coins du pays – une institution essentielle au tissu social. À l'heure de la mondialisation de masse et de l'évolution technologique qui repoussent toutes les frontières géographiques, le monde technologique offre de multiples occasions tout en présentant certains risques. Il

est essentiel que l'organisme public fasse entendre des voix canadiennes tant dans les médias classiques que dans les nouveaux médias de manière à préserver la diversité, l'individualité et l'identité canadiennes. Reconnu de par le monde comme un chef de file de l'excellence artistique et de l'innovation, l'ONF est une institution dynamique qui s'est réinventée au fil des ans pour mieux répondre aux besoins des nouvelles générations tout en respectant son mandat fondamental.

La 70e nomination aux Oscars® pour le court métrage d'animation *Madame Tutli-Putli* est une belle illustration de l'apport essentiel de l'ONF dans le développement de talents canadiens. C'est seulement à l'ONF que ces deux artisans de la relève ont pu développer et perfectionner leurs talents, sur une période de quatre ans, afin de créer cette œuvre originale et innovatrice.

L'ONF produit un contenu audiovisuel canadien qui mobilise et divertit la population du pays tout entier. Réalisées par des cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques, les productions audiovisuelles de l'Office national du film mettent en évidence de nombreux talents prometteurs recrutés parmi la relève et proposent un point de vue authentiquement canadien reconnu tant chez nous qu'à l'étranger.

L'ONF a un rôle unique : fournir un contenu canadien innovateur et audacieux qui ne verrait pas le jour sans lui. C'est que, dans un marché où la concurrence et les pressions sont de plus en plus vives, il est très difficile pour le secteur privé de prendre les risques artistiques, financiers et technologiques nécessaires pour que le Canada demeure à l'avant-scène de l'industrie culturelle. En mettant à l'essai les possibilités artistiques des nouvelles technologies, en abordant des sujets difficiles ou en permettant la distribution dans des communautés reculées, l'ONF ouvre à la population et à l'industrie canadiennes de nouvelles possibilités et offre un apport culturel et patrimonial dynamiques.

Renseignements sur l'organisation

L'Office national du film est une institution publique de production et de distribution disposant d'une vaste collection de films, d'un laboratoire de conservation, ainsi que de services de postproduction et de recherche et développement. Mémoire vivante des Canadiens et Canadiennes, l'ONF est résolument tourné vers l'avenir et vers le monde numérique : il ouvre la voie aux nouveaux talents, encourage l'innovation artistique et technologique, forge des partenariats nationaux et internationaux, et participe activement à la production de contenus qui suscitent des débats sur des enjeux actuels importants pour la société canadienne.

L'Office national du film du Canada a pour mandat de « *susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

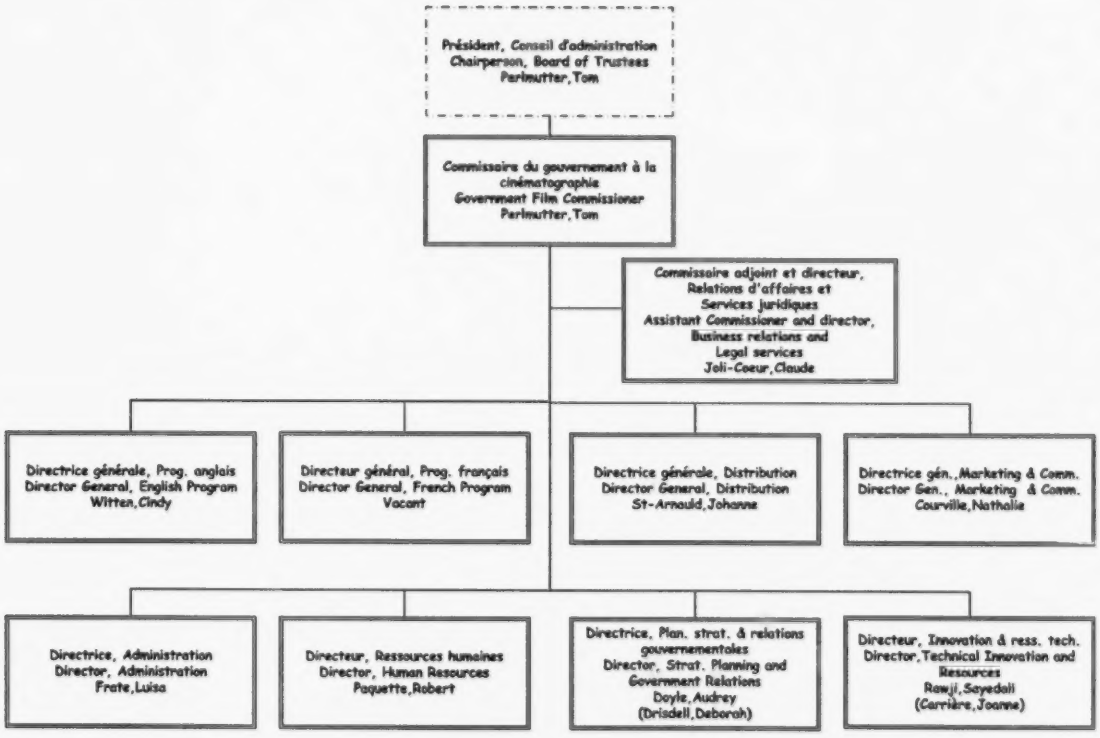
- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;*

- *représenter le gouvernement fédéral dans ses relations avec des personnes exerçant une activité cinématographique commerciale liée à des films cinématographiques réalisés pour le gouvernement ou l'un de ses départements;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activité filmique;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner. »*

Mission – L'Office national du film du Canada a pour mission de produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, originales et innovatrices de manière à faire connaître et comprendre aux Canadiens et aux autres nations les valeurs et les points de vue canadiens (et les questions d'intérêt pour la population).

Vision – La vision de l'ONF, qui sera clairement articulée dans le plan stratégique 2008-2012, est de promouvoir le reflet des valeurs et des points de vue canadiens ainsi que de contribuer à une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

En plus de son bureau central à Montréal et de son bureau à Ottawa, l'ONF possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, un bureau de production à Québec et deux médiathèques à Montréal et Toronto. En outre, deux bureaux à l'étranger veillent à la distribution de ses œuvres de par le monde : l'un au Centre culturel canadien, à Paris, l'autre, à New York.



L'ONF est régi par la Loi sur le cinéma et d'autres encore, notamment la Loi sur la gestion des finances publiques, qui définit la structure et les méthodes d'administration financière en vigueur au sein du gouvernement, ainsi que la Loi sur l'accès à l'information, la Loi sur la protection des renseignements personnels et la Loi sur les langues officielles.

Organisme culturel du gouvernement fédéral, l'ONF rend des comptes au Parlement par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien. Son conseil d'administration se compose de huit membres; le commissaire du gouvernement à la cinématographie et le directeur général de Téléfilm Canada en sont membres d'office. L'ONF a une chef, Vérification qui relève directement du conseil d'administration de l'ONF tandis que le Bureau du vérificateur général (BVG) agit à titre de vérificateur externe. Une fois l'an, le BVG examine les états financiers de l'ONF afin de vérifier s'ils sont exacts et conformes aux autorisations.

Tableau de concordance de l'architecture des activités de programme (AAP)

2008–2009			
(en milliers de dollars)	*Nouvelle activité de programme 1* **Production d'œuvres audiovisuelles**	*Nouvelle activité de programme 2* **Distribution, accessibilité et rayonnement**	**Total**
Ancienne activité de programme 1 **Production d'œuvres audiovisuelles**	47 385	0	47 385
Ancienne activité de programme 2 **Distribution d'œuvres audiovisuelles**	0	2 459	2 459
Ancienne activité de programme 3 **Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux**	0	11 523	11 523
Ancienne activité de programme 4 **Services de recherche et de conseil**	3 675	0	3 675
Total	51 060	13 982	65 042

La nouvelle architecture des activités de programme entrera en vigueur le 1er avril 2008. L'ancienne activité de programme Production d'oeuvres audiovisuelles a été combinée avec celle des Services de recherche et de conseil. Les activités de distribution d'oeuvres audiovisuelles et d'accessibilité/rayonnement ont été combinées dans la nouvelle activité Distribution, accessibilité et rayonnement.

La nouvelle architecture comprend ainsi deux activités de programme: **Production d'œuvres audiovisuelles** et **Distribution, accessibilité et rayonnement**.

Crédits votés et législatifs inscrits dans le budget principal des dépenses
(en milliers de dollars)

Crédit voté ou législatif	Libellé tronqué pour le crédit voté ou législatif	Budget principal des dépenses 2008–2009	Budget principal des dépenses 2007–2008
60	Dépenses du Programme	**65 042**	67 118
(L)	Fonds renouvelable de l'Office national du film	.....	.....
	Total de l'organisme	**65 042**	67 118

La réduction de 2 076 (milliers de dollars) de 2007-2008 à 2008-2009 s'explique comme suit :

. Financement par reconduction – Vérification interne	245
. Ajustement des conventions collectives	226
. Réduction du Fonds Mémoire canadienne	(1 810)
. Réduction de l'affectation dans le cadre du PICLO (Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle)	(320)
. Réduction liée aux économies sur les approvisionnements	(417)
Réduction TOTALE d'une année à l'autre	**(2 076)**

(Nota : Le Fonds Mémoire canadienne (FMC) et le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO) sont des programmes de Patrimoine canadien.)

Tableau des dépenses prévues de l'ONF et équivalents temps plein*

(en milliers de dollars)	Prévision des dépenses 2007–2008	Dépenses prévues 2008-2009	Dépenses prévues 2009-2010	Dépenses prévues 2010-2011
Production d'œuvres audiovisuelles	53 523	53 365	53 365	53 365
Distribution, accessibilité et rayonnement	0	19 970	19 970	19 970
Distribution d'œuvres audiovisuelles	8 234	0	0	0
Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux	13 851	0	0	0
Services de recherche et de conseil	3 843	0	0	0
Dépenses budgétaires du budget principal des dépenses (brutes)	79 451	73 335	73 335	73 335
Dépenses non budgétaires du budget principal des dépenses (brutes)				
Moins : Revenus disponibles	8 293	8 293	8 293	8 293
Total du budget principal des dépenses	71 158	65 042	65 042	65 042
Rajustements				
Total des rajustements	-	-	-	-
Total des dépenses prévues	71 158	65 042	65 042	65 042
Moins : Revenus non disponibles	-	-	-	-
Plus : Coût des services reçus à titre gracieux	-	-	-	-
Total des dépenses pour l'agence	71 158	65 042	65 042	65 042
Équivalents temps plein	498	498	498	498

** La structure de l'AAP sera modifiée en avril 2008.*

La réduction de 6 116 (milliers de dollars) de 2007-2008 à 2008-2009 s'explique comme suit :

. Report – Mandat spécial de la GG	(3 656)
. Financement par reconduction – Vérification interne	87
. Réduction du Fonds Mémoire canadienne	(1 810)
. Réduction de l'affectation dans le cadre du PICLO	(320)
(Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle)	
. Réduction liée aux économies sur les approvisionnements	(417)
Réduction TOTALE d'une année à l'autre	**(6 116)**

(Nota : Le Fonds Mémoire canadienne (FMC) et le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO) sont des programmes de Patrimoine canadien.)

Renseignements sommaires

Ressources financières (en milliers de dollars)

2008–2009	2009–1010	2010–2011
65 042	65 042	65 042

Ressources humaines

2008–2009	2009–2010	2010–2011
498	498	498

Priorités de l'ONF

Nom	Type de priorité
1. Créer un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'ouverture de nouvelles voies vers la créativité dans le domaine audiovisuel.	Continue
2. Maintenir et consolider la capacité de l'ONF à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même qu'au sein de la relève.	Continue
3. Créer une stratégie du numérique grâce à laquelle l'ONF pourra assurer l'avenir de son mandat de distribution, d'expansion, de rayonnement et de préservation du patrimoine audiovisuel.	Nouvelle
4. Faire en sorte que les œuvres de l'ONF soient facilement accessibles au plus grand nombre, au Canada comme à l'étranger.	Continue
5. Maintenir, favoriser et accroître les activités de recherche et développement pour assurer l'accessibilité accrue des œuvres audiovisuelles de l'ONF.	Continue

Activité de programme par résultat stratégique

Activité	Résultats escomptés	Dépenses prévues (en milliers de dollars)			Contribue aux priorités suivantes
		2008–2009	2009–2010	2010–2011	
Résultat stratégique	Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles aux médias pertinents du jour.				Priorités 1 à 5
Production d'œuvres audiovisuelles	Programmation touchant des enjeux sociaux	51 060	51 060	51 060	Priorité 1
	Programmation axée sur la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction alternative et de produits nouveaux médias				Priorité 1
	Produits innovateurs faisant place à l'expérimentation tant sur le plan du contenu que sur celui de la forme et du mode de diffusion				Priorité 1
	Œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne				Priorités 1 et 2
	Œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – ainsi que par des personnes handicapées				Priorité 2
	Œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes de la relève				Priorité 2
	Promotion et formation continues de nouveaux talents				Priorités 1 et 2

Activité	Résultats escomptés	Dépenses prévues (en milliers de dollars)			Contribue aux priorités suivantes
		2008–2009	2009–2010	2010–2011	
Distribution, accessibilité et rayonnement	Œuvres audiovisuelles accessibles sur les nouvelles plateformes de distribution	13 982	13 982	13 982	Priorité 3
	Poursuite de la numérisation de la collection de l'ONF				Priorité 3
	Nombre accru d'œuvres audiovisuelles offertes en ligne				Priorité 3
	Augmentation des ventes de titres de l'ONF				Priorités 3 et 4
	Amélioration de l'accès à la collection de l'ONF au moyen d'activités et outils divers, notamment les médiathèques et autres ressources				Priorité 4 Priorité 4
	Présence accrue de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, dans les activités organisées par l'industrie et auprès du gouvernement fédéral				Priorité 4
	Multiplication des activités ciblant le secteur de l'éducation				Priorité 4
	Efforts de recherche et développement appréciables dans le domaine des techniques et de la technologie audiovisuelles				Priorité 5

Plans et priorités de l'ONF

Environnement d'affaires externe

Attentes du gouvernement

L'ONF rend des comptes au ministère du Patrimoine canadien, chargé d'administrer la Loi sur le cinéma qui régit cet organisme public de production et de distribution. L'ONF est financé principalement par des crédits parlementaires et par les revenus tirés de la vente de ses produits.

L'ONF souscrit aux principes de saine gouvernance mis de l'avant par le gouvernement du Canada. La Loi fédérale sur la responsabilité propose des mesures précises pour accroître la responsabilisation, la transparence et la surveillance des activités gouvernementales. De plus, le Cadre de responsabilisation de gestion (CRG) énonce la liste des attentes concernant la gestion moderne de la fonction publique pour assurer un rendement organisationnel supérieur.

À l'ONF, l'analyse et la conformité aux exigences gouvernementales en matière de bonne gestion est un processus continu de même qu'une priorité organisationnelle. L'évaluation de la ronde V fondée sur le Cadre de responsabilisation de gestion y est présentement en cours. Les résultats serviront à faire le point sur l'état des pratiques de gestion au sein de l'organisme et sur les améliorations prioritaires en la matière.

Pour se préparer à la ronde V, l'ONF a mené sa propre évaluation à l'aide du CRG. Dans l'ensemble, les résultats ont été nettement positifs, indiquant que la gestion et les contrôles financiers sont valables. Il appert toutefois que, si l'ONF évalue ses risques opérationnels, il ne s'est pas doté d'une méthode globale pour gérer les risques organisationnels. Dans la foulée de cette autoévaluation, l'ONF a donc commencé à élaborer un profil de risque organisationnel en bonne et due forme. En ce début de cycle de planification stratégique, il a aussi entrepris la révision de ses plans d'action en matière d'évaluation, de vérification et de cadre de gestion du rendement.

Industrie cinématographique et télévisuelle du Canada

Selon les statistiques publiées dans la dernière édition du *Profil 2007 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*[1], la valeur de la production totale de l'industrie a augmenté de 5,8 % en 2005-2006 pour atteindre 4,8 milliards de dollars.

La production cinématographique et télévisuelle a été la source de 124 300 emplois équivalents temps plein, dont 8 600 directement ou indirectement liés à la production de films destinés aux salles. En 2005-2006, le PIB réel attribuable à la production et à la postproduction de films et de vidéos a connu une hausse de 1,5 %.

---

[1] Le Groupe Nordicité ltée, *Profil 2007 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada,* Ottawa, février 2007, p. 11.

Toujours en 2005-2006, la production cinématographique canadienne a augmenté de 75,6 % par rapport à l'année précédente, atteignant 323 millions de dollars. Le nombre de films canadiens destinés aux salles a rebondi après deux années d'affaiblissement, en 2003-2004 et 2004-2005. Cette remontée est due en grande partie à l'augmentation du nombre de productions à budgets plus élevés, particulièrement des longs métrages de fiction, et à la reprise des productions étrangères tournées au Canada. Les coproductions officielles avec l'étranger ont néanmoins poursuivi leur chute, ayant régressé de 117 millions de dollars en 2005-2006. Les préventes à l'échelle internationale ne sont toujours pas revenues aux niveaux exceptionnels enregistrés à la fin des années 1990.

Documentaires

Selon *Toute la vérité* 2007[2], en 2005-2006, la production documentaire destinée aux salles et à la télévision (y compris la production indépendante et la production interne) a atteint 440 millions de dollars, représentant un taux de croissance annualisé de 10,8 % depuis 1996-1997.

De 1996-1997 à 2005-2006, l'emploi en production documentaire canadienne a plus que doublé, la création d'emplois directs et indirects étant passée de 7 300 à 15 300 postes. Au cours de la même période, les équivalents temps plein ont connu une hausse d'environ 110 %, leur nombre atteignant 5 900.

De 1996-1997 à 2005-2006, la valeur d'exportation de la production documentaire canadienne a augmenté de 200 %, représentant 42 millions de dollars en 2005-2006. Les coproductions officielles (budgets canadiens et étrangers confondus) dans le domaine documentaire ont régressé de 39 % depuis 2005 pour atteindre 36,5 millions de dollars, même si c'est plus que le double par rapport à la fin des années 1990.

Il faut noter que, sur le plan de l'activité économique, de la création d'emplois et de la valeur d'exportation, la croissance de l'industrie documentaire au Canada a surpassé celle de la production globale de contenu canadien et que le genre se révèle un moteur économique à l'ère du numérique.

Tout au long de la période de planification visée par le présent rapport, les facteurs susmentionnés toucheront non seulement les producteurs du secteur privé mais aussi l'ONF.

Transition vers le numérique et nouvelles plateformes numériques

Grâce à la numérisation, les Canadiennes et Canadiens pourront, où qu'ils soient, accéder à du contenu audiovisuel sur la plateforme de leur choix – DVD, lecteur de musique numérique, lecteur vidéo numérique, webdiffusion ou autre. La numérisation offre aussi la possibilité de rejoindre directement la population canadienne et de communiquer avec elle. Un peu comme à

---

[2] Le Groupe Nordicité ltée et Digital Theory Media Consulting, *Toute la vérité – Profil économique de l'industrie canadienne de la production documentaire, Volume 3*, 2007.

l'époque des projectionnistes itinérants qui allaient de ville en ville, l'ONF recourt aux nouvelles technologies pour se rapprocher des Canadiens et Canadiennes des quatre coins du pays, pour leur donner un moyen de s'exprimer et pour favoriser l'engagement citoyen d'un océan à l'autre.

Même si la révolution numérique ouvre des possibilités extraordinaires aux maisons de production et aux distributeurs, elle pose aussi d'énormes défis. L'ONF se prépare à cette révolution depuis quelques années déjà en créant des partenariats et en menant des recherches sur la qualité de l'image, les modes de transfert innovateurs, l'accessibilité et la diffusion en vue d'assurer la transition vers la technologie numérique.

L'ONF sera confronté à de nombreux défis dus à la prolifération des formats numériques. La HD deviendra sous peu la norme incontournable aux fins de tournage, de diffusion et de distribution au Canada et à l'étranger. Sans capacité de production et de distribution HD sur plateformes multiples, l'ONF risque de mettre en péril ses activités de distribution, et ses revenus pourraient accuser une chute accélérée.

L'ONF doit rapidement adapter sa chaîne de production, ses stratégies de distribution et les méthodes de gestion de sa collection pour satisfaire aux objectifs de son programme et conserver son rôle de chef de file auprès de ses partenaires et de la population canadienne. La transition pose des défis considérables, particulièrement en ce qui a trait à la technologie, à la gestion des droits et au financement. Son coût élevé se fera sentir tant dans le secteur indépendant qu'à l'ONF.

Environnement d'affaires interne

En tant que producteur et distributeur public de documentaires et de films d'animation innovateurs et captivants, l'ONF encourage la diversité culturelle, soutient les communautés autochtones, assure la promotion des langues officielles et favorise l'engagement citoyen. Doté de sept centres de production au pays, l'ONF reflète la diversité régionale et parvient à rejoindre les Canadiens et Canadiennes de chaque province et territoire ainsi que des gens aux quatre coins du globe.

Les nouvelles technologies supposent de nouvelles façons de faire. L'organisation linéaire, hiérarchique et centralisée ne permet pas de réagir à ces défis avec suffisamment d'efficacité et de célérité. Pourvu d'un riche bagage de connaissances, de compétences et de talents, le personnel ne peut souvent pas donner sa pleine mesure dans une telle structure hiérarchique.

De plus en plus, l'ONF délaisse ses anciens processus de travail pour passer aux méthodes de collaboration ou aux groupes de travail interdisciplinaires ou interdirections. Les normes institutionnelles en matière de comptabilité, de gestion du rendement, d'efficience et de viabilité à long terme demeurent vitales.

La créativité n'est pas simplement affaire de production artistique (par exemple, un film); elle caractérise l'ensemble du personnel et on peut en tirer parti pour créer un milieu qui favorise l'efficacité et l'épanouissement au travail. L'assise d'une organisation véritablement créative

repose notamment sur des priorités et des buts clairement formulés, sur la circulation de l'information sans entrave, sur des processus décisionnels décentralisés propices à la délégation aux personnes possédant le savoir-faire voulu, de même que sur des attentes et des mesures de rendement clairement énoncées.

Nomination du 15e commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'ONF

Le 11 juin 2007, Tom Perlmutter a assumé les fonctions du 15e commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'ONF. Plusieurs changements ont en outre été apportés au conseil d'administration. Avec l'appui du nouveau conseil, le commissaire est à préparer le plan stratégique grâce auquel l'ONF entrera résolument dans l'ère numérique.

Nouveau Plan stratégique 2008-2012

En consultation avec le conseil d'administration, le personnel et les partenaires stratégiques de l'ONF, le nouveau commissaire est en plein processus de planification stratégique. Le plan stratégique visant les années 2008 à 2012 sera achevé et mis en œuvre au printemps 2008.

Harmonisation avec les priorités gouvernementales

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités que le gouvernement fédéral a annoncées dans le discours du Trône prononcé en octobre 2007. Par son mandat et ses œuvres audiovisuelles originales, l'ONF assume son rôle d'organisme culturel et aide le gouvernement fédéral à atteindre ses priorités par des moyens innovateurs.

Comme énoncé dans le discours du Trône, « Le Canada est fondé sur un héritage de valeurs communes pour la défense desquelles des Canadiens se sont battus, et ont parfois péri ». Comportant plus de 13 000 œuvres audiovisuelles, la vaste collection de l'ONF constitue un important patrimoine culturel qui reflète ces valeurs et contribue à **renforcer la souveraineté du Canada et sa place dans le monde**.

Pour préserver ce patrimoine, il est crucial que l'organisme établisse une stratégie du numérique qui lui permette de réaliser son mandat de distribution et qu'il élabore de nouveaux modèles de gestion avantageux pour l'industrie canadienne. Grâce à cette stratégie, l'ONF sera en mesure de rendre ses œuvres accessibles partout au pays de même qu'à l'étranger tout en préservant le patrimoine canadien.

Dans le discours du Trône, le gouvernement affirmait aussi sa volonté de faire en sorte que l'aide internationale du Canada favorise l'émergence de la démocratie dans les États fragiles. Dans le droit fil des efforts constants que déploie le gouvernement en Haïti, l'ONF s'est associé au ministère haïtien de la Culture et de la Communication, lui donnant du matériel et des titres de sa

collection qu'il pourra diffuser sur le réseau de télévision d'État, sur les chaînes privées et dans les écoles. Comme l'indiquait le ministre haïtien, l'épanouissement de l'expression culturelle est un aspect important de la reconstruction haïtienne. En 2008-2009, l'Ambassade du Canada tiendra un festival de films de l'ONF dans la capitale nationale et dans d'autres grandes villes du pays. Il étudie de plus la possibilité de cibler des activités sur les cinéastes de la relève et les jeunes à risque pour favoriser les efforts de reconstruction.

L'ONF sera aussi un joueur clé dans les célébrations entourant le 400e anniversaire de la ville de Québec, ce qui contribuera à réaliser la priorité gouvernementale qui consiste à **renforcer la fédération et nos institutions démocratiques.** En effet, l'ONF travaille à plusieurs projets dans le cadre de la programmation nationale de ces célébrations et présentera ces projets aux Canadiens et Canadiennes au moyen d'une technologie innovatrice. Signalons entre autres le projet novateur sur Champlain, fondateur de Québec; faisant appel aux techniques d'animation stéréoscopique, ce court métrage sera réalisé par le réputé cinéaste québécois Jean-François Pouliot (*La grande séduction*).

À l'ONF, les valeurs de programmation s'harmonisent intrinsèquement aux efforts gouvernementaux visant à renforcer la dualité linguistique du pays. Par l'entremise de sa direction générale du Programme français et de sa direction générale du Programme anglais actives d'un océan à l'autre, l'ONF produit et distribue des œuvres audiovisuelles dans les deux langues officielles, qui sont des composantes essentielles de l'identité canadienne. Il mobilise aussi les cinéastes et les communautés de langue officielle en situation minoritaire et concrétise actuellement un projet pilote d'e-cinéma dans cinq communautés acadiennes francophones.

L'ONF s'attache à produire et à distribuer des œuvres qui reflètent les valeurs et les opinions de toutes les communautés qui composent la société canadienne. Il tient à maintenir et à consolider sa capacité à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même qu'au sein de la relève.

Année après année, nombre de ses programmes visant les Autochtones d'un peu partout au pays donnent lieu à une cinématographie riche et distinctive, ce qui respecte la volonté du gouvernement de « prendre des mesures concrètes pour améliorer la vie des peuples autochtones du Canada». Des programmes tels que Wapikoni Mobile encouragent les jeunes Autochtones, dont les productions nous font connaître leur expérience et leur vision du monde, jetant ainsi les bases d'un cinéma autochtone prometteur. Ce programme donne aussi aux communautés de nouveaux moyens en favorisant la création de studios permanents, qui pourraient devenir la première coopération de production audiovisuelle autochtone du Québec.

En faisant l'essai des possibilités artistiques propres aux nouvelles technologies dans des activités comme le projet pilote d'e-cinéma, l'ONF permet la distribution d'œuvres dans des communautés isolées tout en créant de nouveaux modèles de gestion. Ce faisant, il assure au Canada une infrastructure moderne et un milieu d'entreprenariat innovateur en assumant lui-même les risques technologiques, financiers et artistiques auxquels le secteur privé ne peut s'exposer. Par ses activités de recherche et développement, l'ONF traduit son engagement à aider le gouvernement à **assurer la prospérité future par un leadership économique efficace.**

Enfin, le projet greencode qui unit l'industrie documentaire illustre l'attitude proactive de l'ONF à l'égard des efforts gouvernementaux visant à **améliorer l'environnement et la santé des Canadiens.** C'est que l'organisme appuie une démarche entreprise conjointement par les secteurs public et privé en vue d'élaborer un cadre favorisant l'adoption de pratiques plus respectueuses de l'environnement au sein du milieu de l'audiovisuel.

SECTION II – ANALYSE DES ACTIVITÉS DE PROGRAMME PAR OBJECTIF STRATÉGIQUE

2.1 Analyse détaillée des activités de programme

Objectif stratégique Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles aux médias pertinents du jour.

2.2 Activité de programme : production d'œuvres audiovisuelles

Ressources financières (en milliers de dollars)

2008–2009	2009–2010	2010–2011
51 060	51 060	51 060

Ressources humaines

2008–2009	2009–2010	2010–2011
342	342	342

Les œuvres audiovisuelles de l'ONF offrent un point de vue véritablement canadien, sur le plan de la diversité tant culturelle que régionale, reconnu au Canada comme à l'étranger. De ce fait, l'ONF joue un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne du film et de la télévision.

Sa programmation stimule l'expression de voix diverses et de contenus variés dans les deux langues officielles en encourageant les talents des communautés autochtones, linguistiques et ethnoculturelles de toutes les régions du pays.

L'ONF recourt à des méthodes et technologies de production innovatrices pour mettre à la disposition de la population des œuvres de qualité offertes sur les nouvelles plateformes de distribution et dans les nouveaux médias.

Ses activités de production comprennent la conceptualisation, la recherche, l'élaboration, la production proprement dite et le marketing de documentaires, films d'animation, contenu nouveaux médias ou autres formes naissantes.

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF a établi les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

1) **Créer un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'ouverture de nouvelles voies vers la créativité dans le domaine audiovisuel.**

2) **Maintenir et consolider la capacité de l'ONF à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même qu'au sein de la relève.**

Plan

1) **Créer un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'ouverture de nouvelles voies vers la créativité dans le domaine audiovisuel.**

L'ONF est un centre d'excellence et d'innovation artistique unique en son genre; il valorise la participation communautaire et favorise l'expression des citoyens et citoyennes. Concentrant sa production sur le documentaire d'opinion, la fiction alternative et le film d'animation d'auteur, il porte à l'écran les grands enjeux sociaux et appuie les films aux prises de position solides et diversifiées. Depuis près de 70 ans, l'ONF conserve le même esprit d'innovation et d'avant-garde qu'aux premiers jours; s'il maintient le cap sur la voie du succès, c'est qu'il continue infailliblement à repousser les limites des genres et des formats.

Ses œuvres audiovisuelles offrent un point de vue véritablement canadien reconnu au Canada comme à l'étranger. De ce fait, l'ONF joue un rôle de premier plan dans l'industrie canadienne du film et de la télévision.

Deux longs métrages documentaires coproduits par l'ONF et le secteur privé ont été sélectionnés pour l'édition 2008 du Festival du film Sundance, le plus important festival du cinéma indépendant américain et étranger, et témoignent de l'excellence créatrice de l'institution. *Triage: Dr. James Orbinski's Humanitarian Dilemma* (White Pine Pictures-ONF), de Patrick Reed, et le film primé *Up the Yangtze* (*Sur le Yangzi*) (EyeSteelFilm-ONF), de Yung Chang, ont été présentés dans le cadre du World Cinema Documentary Competition avec les 16 autres films retenus parmi les 620 proposés. Les deux films se penchent sur la force de caractère dont fait preuve l'être humain en période de crise et de changements importants.

Un autre exemple est *Le peuple invisible*, un documentaire percutant qui retrace la visite qu'ont rendue Richard Desjardins et Robert Monderie aux Algonquins dans leurs derniers refuges. Le but des cinéastes : donner la parole à cette Première nation, révéler le désespoir muet derrière lequel elle se cache et montrer au grand jour la misère et la grandeur de cette nation. Le film provoque actuellement un débat sur les relations entre Québec et les Autochtones.

L'ONF se rapproche des communautés et innove avec de nouvelles formes de médias. Les projets primés comme *Filmmaker-in-Residence*, mené en collaboration avec l'hôpital St. Michael's, ouvrent de nouveaux horizons en créant de nouvelles formes d'expression et en donnant les outils nécessaires à de nouveaux types de créateurs. L'innovation se manifeste par l'engagement de l'ONF envers la communauté, par sa capacité d'adapter, de manière originale et créative, les nouvelles occasions sans cesse plus florissantes qu'offre l'univers numérique.

Au cours de l'année qui vient, l'ONF veillera à ce que sa programmation continue d'aborder les enjeux sociaux qui se prêteront au débat public. Il publiera des critères à jour sur lesquels se fondent ses décisions en la matière pour que son processus de programmation soit connu en temps utile, clairement formulé et transparent. Le talent, la pertinence sociale, l'authenticité, l'innovation et l'audace sont les valeurs qui sont de mise dans tous les domaines de programmation, et toutes les activités mettront l'accent sur la diversité des voix.

En 2008-2009, l'ONF sera présent aux célébrations marquant le 400e anniversaire de Québec; c'est qu'il a répondu à l'invitation du gouvernement du Canada, qui était en quête de projets soulignant l'importance de l'événement. Parmi ceux-ci, mentionnons le projet Champlain, un court métrage d'animation et de fiction sur le fondateur de cette ville qui permettra de découvrir un Champlain plus vrai que nature grâce à une spectaculaire projection stéréoscopique. Cette production alliera des séquences d'archives et du matériel original. Le lancement du film est prévu pour mai 2008, dans un local voué à Champlain, au Musée de la civilisation.

De plus, dans l'année qui vient, l'ONF aura pour priorité de mener à bien la planification et les discussions qui se poursuivent en vue d'un projet sur les Jeux olympiques. Pour l'occasion, il élaborera une stratégie multiplateforme afin de tirer le maximum des nouvelles technologies pour faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations.

Concours de coproduction, le Défi multimédia offre une preuve de plus du rôle clé que joue l'ONF dans la création de contenu interactif innovateur pour nouvelles plateformes, tant au Canada qu'à l'échelle internationale. Fruit d'une collaboration avec des partenaires canadiens et étrangers en vue d'élaborer, à l'échelle mondiale, des projets médiatiques socialement engagés portant sur des enjeux comme l'environnement, les soins de santé, les droits de la personne, la pauvreté et la violence envers les femmes, le concours en est maintenant à sa troisième édition, pour laquelle la demande de propositions a récemment été transmise. Les programmes comme Défi multimédia montrent clairement que l'ONF tient à devenir un modèle d'organisation créatrice adapté au 21e siècle, un modèle de creuset de l'innovation en matière artistique.

Pendant toute la durée de son Plan stratégique 2002-2006, l'ONF a maintenu son niveau de partenariats de coproduction à l'échelle nationale et internationale. Les coproductions sont autant d'occasions de fusionner les compétences artistiques, les stratégies promotionnelles et les plans de marketing nationaux et étrangers afin d'assurer la notoriété maximale de chaque film dans son marché cible. L'ONF s'est doté d'une équipe spécialisée qui collabore étroitement avec les producteurs partenaires dans le but de leur faire profiter de ses compétences uniques et d'assurer le succès à l'étape cruciale du lancement. Durant la période de planification, l'ONF maintiendra la collaboration avec ses coproducteurs, ici et à l'étranger, à titre de partenaire créatif à part entière dans des projets qui respectent son mandat.

2) **Maintenir et consolider la capacité de l'ONF à découvrir, perfectionner et encadrer les talents et la création chez les cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – de même qu'au sein de la relève.**

L'ONF a pour mission de produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, originales et innovatrices de manière à faire connaître et comprendre aux Canadiens et aux autres nations les valeurs et les points de vue canadiens (et les questions d'intérêt pour la population).

De par leur contenu, les films de l'ONF sont représentatifs de la société canadienne; la diversité présente dans leurs formes variées fait partie intégrante de la culture de l'organisation. Modèle de diversité linguistique, ethnique et régionale, l'ONF réussit à représenter les multiples facettes

de la diversité culturelle canadienne et, par ses programmes, poursuivra sur cette voie durant la période de planification à venir.

Dans ses centres de production de Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, et son bureau de production de Québec, l'ONF s'emploie à collaborer avec les cinéastes de la relève de partout au pays, dans les deux langues officielles. Il maintiendra son aide aux cinéastes appartenant à la minorité linguistique de leur région et collaborera avec le ministère du Patrimoine canadien pour entretenir le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). De concert avec Patrimoine canadien, il continuera à élaborer des programmes qui répondent aux objectifs du PICLO.

La mise en œuvre du projet pilote d'e-cinéma dans cinq communautés acadiennes francophones est au nombre de ces programmes. Le projet vise à favoriser la diffusion des œuvres en français dans les communautés où c'est la langue de la minorité.

Par l'Aboriginal Filmmaking Program (AFP) et les efforts de rayonnement déployés dans son cadre, par les programmes de développement de carrière ainsi que par l'encouragement et la mise en valeur des talents et l'élaboration d'histoires propres à des communautés culturelles et aux Autochtones, l'ONF maintiendra et intensifiera son engagement à produire des œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes canadiens de toutes les communautés, des œuvres qui traduisent les enjeux importants pour nous tous. L'ONF accroîtra son appui constant aux programmes visant les Autochtones du Canada.

L'organisme maintiendra son engagement à refléter la diversité de la société canadienne, tant à l'écran qu'en coulisse. L'ONF offre un excellent milieu d'apprentissage propice à l'acquisition de compétences et aide les talents partout au pays. Le groupe de travail sur la diversité culturelle poursuivra ses efforts en vue d'établir un cadre de responsabilisation qui précisera les responsabilités des directions, directions générales et services de l'ONF en la matière. Ce cadre servira à formuler le plan d'action et les stratégies relatives à la politique sur la diversité culturelle inscrite au prochain plan stratégique de l'ONF.

L'ONF est un incubateur de talent et d'innovation pour les jeunes cinéastes canadiens. Ses programmes favorisent un milieu d'apprentissage fécond où le mentorat joue un rôle important. Ces cinq dernières années, l'ONF a élaboré des programmes peu coûteux et très efficaces pour faciliter la transition de l'école de formation en cinéma aux premières expériences professionnelles. Les programmes axés sur le court métrage, comme Momentum (documentaire) et Hothouse (animation), ont fait œuvre de pionnier en intégrant ateliers de maître et production de calibre professionnel dans la formation de la prochaine génération de créateurs. Ils ont aussi permis de faire intervenir, de façon innovatrice, des communautés sous-représentées, comme les Autochtones (avec First Stories, qui a rapidement été suivi de Second Stories et du Nunavut Animation Lab). Ces programmes ont été menés en partenariat avec un éventail d'établissements (dont des organismes provinciaux, des télédiffuseurs et des maisons de production indépendantes). Reel Diversity, Inspired, Doc Shop, Film Pop et le programme Carte de visite sont d'autres exemples.

Le Filmmaker Assistance Program (FAP) et l'Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC) fournissent un appui financier et technique à des documentaristes, cinéastes d'animation et réalisateurs et réalisatrices de courts métrages de fiction, dont nombre appartiennent à la relève. Au cours de la période de planification, l'ONF effectuera une revue officielle de ces deux programmes pour s'assurer qu'ils sont toujours efficaces et efficients.

Ces programmes sont des instruments clés de l'engagement pris par l'ONF à l'endroit des cinéastes de la relève; grâce à eux, l'organisme est en mesure de rejoindre et de reconnaître la nouvelle génération de documentaristes et de cinéastes d'animation remarquables, de leur offrir formation et mentorat afin qu'ils tirent le maximum de leur potentiel.

Par ces programmes, l'ONF découvre et encourage de nouveaux talents, ce qui consolide l'industrie canadienne et assure la promotion de l'expérimentation, de la créativité et de l'innovation.

L'ONF souhaite atteindre les résultats suivants :

- Programmation touchant des enjeux sociaux;
- Programmation axée sur la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction alternative et de produits nouveaux médias;
- Programmation explorant la diversité canadienne;
- Promotion et formation continue de nouveaux talents;
- Œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes de la relève;
- Œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – ainsi que par des personnes handicapées;
- Produits innovateurs faisant place à l'expérimentation tant sur le plan du contenu que sur celui de la forme et du mode de diffusion.

Stratégies de mesure du rendement et indicateurs de rendement

Pour évaluer son rendement, l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- Nombre d'œuvres audiovisuelles réalisées par des cinéastes issus de toutes les régions du pays et de diverses communautés – ethnoculturelles, autochtones et linguistiques – ainsi que par des personnes handicapées;
- Prix, mentions, nominations et hommages obtenus dans des festivals canadiens et étrangers;
- Nombre de projets de recherche et développement liés à l'innovation;
- Nombre de participants aux programmes et activités de mise en valeur des talents, y compris les concours.

2.3 Activité de programme : distribution, accessibilité et rayonnement

Ressources financières (en milliers de dollars)

2008–2009	2009–2010	2010–2011
13 982	13 982	13 982

Ressources humaines

2008–2009	2009–2010	2010–2011
156	156	156

En plus de produire des films, l'ONF a pour mandat de distribuer et de vendre ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger. La distribution d'œuvres audiovisuelles comprend la commercialisation des catalogues et des nombreux plans d'archives de même que le développement et la diversification des marchés (salles, télévision, marché consommateur et marchés institutionnels) de produits de l'ONF, ici même et à l'étranger.

L'un des buts essentiels de l'ONF est de rendre ses œuvres accessibles au plus grand nombre et d'établir un dialogue étroit avec la population canadienne. Grâce aux activités de distribution, les œuvres de l'ONF seront offertes d'un océan à l'autre, spécialement aux communautés des régions éloignées et rurales moins bien servies, de même qu'aux groupes autochtones et aux communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Afin d'atteindre les résultats susmentionnés, l'ONF a établi les priorités ci-après pour la période de planification de trois ans.

3) **Créer une stratégie du numérique grâce à laquelle l'ONF pourra assurer l'avenir de son mandat de distribution, d'expansion, de rayonnement et de préservation du patrimoine audiovisuel.**

4) **Faire en sorte que les œuvres de l'ONF soient facilement accessibles au plus grand nombre, au Canada comme à l'étranger.**

5) **Maintenir, favoriser et accroître les activités de recherche et développement pour accroître l'accessibilité aux œuvres audiovisuelles de l'ONF.**

Plan

3) **Créer une stratégie du numérique grâce à laquelle l'ONF pourra assurer l'avenir de son mandat de distribution, d'expansion, de rayonnement et de préservation du patrimoine audiovisuel.**

Les nouvelles technologies offrent une multitude de façons de rendre les films accessibles, sans égard au mode de réception ni au type d'écran. La France, le Royaume-Uni, les Pays-Bas et d'autres encore ont fait de la transition vers le numérique une priorité nationale et y consacrent des ressources considérables. Depuis plusieurs années, l'ONF investit dans du matériel de numérisation indispensable à cette fin et il possède maintenant un solide bagage de compétences internes. En raison de ressources limitées, l'institution n'a numérisé qu'à peine 20 % de sa collection qui est pourtant un précieux patrimoine pour le Canada et le monde. Pour répondre aux attentes des Canadiens et Canadiennes et rester un chef de file dans le domaine culturel, l'ONF, dans les quelques années qui viennent, affectera des ressources à l'élaboration d'une stratégie du numérique visant à préserver ce patrimoine canadien. Par la numérisation et les systèmes d'affranchissement et de gestion des droits, il explorera de nouveaux modèles de gestion avantageux pour l'industrie canadienne; il maximisera aussi l'accès à ses œuvres de même que leur potentiel de revenus.

La stratégie intégrée du numérique devrait maximiser les revenus et accroître l'accessibilité des produits en format numérique de sorte que la population canadienne et le reste du monde – un auditoire maximum – pourront regarder un nombre maximal de titres de la collection. Une telle stratégie améliorera aussi le contrôle des normes de qualité de l'ONF en matière de création et de conservation de biens numériques, d'information et d'extraction; elle permettra à l'ONF de conserver son rôle de chef de file dans l'univers numérique.

L'élaboration de nouveaux modèles de gestion est inévitablement liée aux risques artistiques, financiers et technologiques auxquels le secteur public ne peut s'exposer, mais qu'il faut nécessairement prendre pour que le Canada demeure à l'avant-scène de l'industrie culturelle. L'ONF consacrera temps et efforts à l'élaboration de ces modèles qui profiteront à l'industrie canadienne.

Priorité clé dans cette stratégie du numérique en devenir, le projet de diffusion en continu vise à offrir gratuitement (sans publicité), au grand public canadien, du contenu de l'ONF. Une fois qu'il aura lancé ce service de base en 2008-2009, l'ONF entend accroître sa capacité de diffusion en continu afin d'appuyer l'élaboration de nouveaux modèles de gestion sur les marchés consommateur et non commercial au Canada et à l'étranger.

La numérisation de la cinémathèque de plans d'archives jouera un rôle clé dans l'élaboration de nouveaux modèles de gestion. Composée de plus de 40 000 plans, la collection d'archives de l'ONF représente plus de 4 000 heures de séquences. Sa mise en ligne permettra aux clients canadiens et étrangers de consulter les plans, d'en choisir, d'en partager, d'en acheter et de les recevoir par Internet. C'est ce à quoi travaille déjà l'ONF avec divers partenaires internes et externes. En facilitant l'accès à l'une des plus prestigieuses banques d'images du Canada, l'ONF améliorera le service à la clientèle locale et internationale, maximisant ainsi ses revenus et son

efficacité. Ce projet vise à réduire les coûts, à accroître les revenus tirés des ventes de plans d'archives et à faire de l'ONF le chef de file de la technologie dans ce domaine au Canada. La numérisation accélérée des plans d'archives pourrait faire augmenter les ventes en 2008-2009.

Afin de maximiser l'accessibilité des œuvres audiovisuelles de l'ONF auprès des auditoires canadiens et étrangers, l'organisme doit veiller à l'adoption d'un régime équitable et souple concernant les droits. La Politique d'acquisition de droits minimaux concernant l'acquisition de tels droits sur les productions et coproductions de l'ONF est maintenant formulée et devrait être mise en œuvre en 2008-2009. De plus, l'ONF a entamé le processus de renouvellement des droits relatifs aux titres de sa collection en vue du projet de diffusion en continu et poursuivra sur cette lancée tout au long de 2008-2009.

4) Faire en sorte que les œuvres de l'ONF soient facilement accessibles au plus grand nombre, au Canada comme à l'étranger

Un des buts essentiels de l'ONF est de faire en sorte que ses productions soient accessibles au plus grand nombre et qu'un étroit dialogue s'engage dans la population canadienne. À cette fin, l'ONF dispose de deux centres médiatiques d'avant-garde, la CinéRobothèque de Montréal et la Médiathèque de Toronto, et il organise des projections publiques et des ateliers dans diverses localités au pays.

Le nouvel environnement numérique est propice aux partenariats de toutes sortes, notamment les cinémathèques en ligne, les centres d'apprentissage en ligne à l'intention des écoles et les centres de visionnage numérique, et aide l'institution à établir un lien direct avec la population canadienne et à créer des communautés d'intérêts. L'ONF tente aussi de partager ses immenses connaissances spécialisées avec les professionnels du cinéma, les étudiants d'université et des membres intéressés du public.

Le plan stratégique à venir préconisera de conforter le rôle de l'ONF dans le secteur de l'éducation. Depuis des générations, l'ONF est le fournisseur de contenu canadien le plus digne de confiance du système d'éducation du Canada. Il tire d'ailleurs 44 % de ses revenus de ce secteur. En plus d'offrir des films pertinents, l'ONF consacre du temps et des efforts à favoriser l'accès à des activités pédagogiques sous diverses formes, tels des ateliers et des guides d'enseignement. L'ONF souhaite que, chaque année, les Canadiens et Canadiennes qui fréquentent un établissement scolaire aient l'occasion de voir des films et sachent que ces œuvres proviennent de l'ONF. L'ONF s'attachera à établir un réseau de partenaires dans les écoles et à adapter ses productions aux programmes d'études. L'aide consentie en fournissant des guides pédagogiques et en organisant des ateliers dans de nombreux congrès régionaux et provinciaux d'enseignants favorise l'utilisation des documents audiovisuels canadiens.

L'ONF verra à augmenter ses ventes à l'étranger, en particulier aux États-Unis, dans le secteur éducatif, et il cherchera des débouchés dans les bibliothèques publiques et les musées. Il concentrera ses efforts en marketing et réduira le nombre de ses sous-distributeurs aux États-Unis.

L'ONF travaillera, en collaboration avec le ministère de l'Éducation du Québec et d'autres partenaires d'ici et d'ailleurs, au projet MuREA, qui consiste à indexer le contenu Web de l'ONF en français pour le rendre accessible au personnel enseignant et aux élèves du Québec, de France, de Belgique, de Suisse et du Maroc. D'autres pays et contenus pourraient s'ajouter à mesure de l'évolution du projet.

Une entente de partenariat a été signée avec le ministère de la Culture et des Communications d'Haïti par laquelle l'ONF fait don de 212 de ses films aux fins de diffusion dans le réseau de télévision d'État d'Haïti, sur des chaînes privées et dans le système éducatif haïtien. Les films sélectionnés sont parmi les plus connus de la collection de l'ONF et reflètent la diversité de sa production et l'éventail des points de vue exprimés sur la vie sociale et culturelle au Canada et dans le monde. En 2008-2009, des discussions se poursuivront avec l'ambassade du Canada à Port-au-Prince en vue de futures collaborations. Dans les ententes signées avec le Ministère et la télévision d'État en Haïti, une clause exige la présentation annuelle d'un rapport de manière à ce que l'ONF puisse mesurer les retombées de cette initiative.

L'ONF a créé un comité formé de représentants et représentantes de différents services pour élaborer et mettre en œuvre une approche stratégique visant à assurer le succès des différentes activités pédagogiques offertes dans divers secteurs de l'ONF (par ex. : la Médiathèque, la distribution, le rayonnement, la programmation, etc.).

Les bibliothèques publiques sont un des moyens utilisés par l'ONF pour distribuer ses films. Afin de faciliter l'accès à ses productions, l'ONF a signé des contrats avec des bibliothèques. L'ONF réexaminera ces partenariats et proposera de nouvelles actions stratégiques pour leur donner un second souffle.

L'ONF poursuivra ses solides partenariats avec les communautés. Le marketing communautaire sera harmonisé avec les stratégies globales de marketing et d'accessibilité pour assurer une meilleure cohérence par rapport aux dollars investis. L'année prochaine, de nouvelles sources de financement seront dégagées pour un tel rayonnement communautaire.

L'ONF poursuivra ses efforts de distribution traditionnelle (y compris dans le domaine des préventes) et se concentrera sur de nouvelles sources possibles de revenus en exploitant mieux ses importants actifs.

5) Maintenir, favoriser et accroître les initiatives de recherche et développement pour accroître l'accessibilité aux œuvres audiovisuelles de l'ONF

La révolution numérique est en train de changer fondamentalement la manière dont les consommateurs utilisent les médias audiovisuels et interagissent avec eux. Les éléments qui caractérisent l'ère numérique sont la capacité d'interaction, la mobilité, la maîtrise de la durée d'utilisation, le contenu généré par l'utilisateur et la démocratisation générale des médias.

Les projets de recherche et de développement à l'ONF supposent d'abord d'analyser rigoureusement les technologies offertes sur le marché avant de modifier les manières de faire,

d'acquérir de nouveaux outils et de créer des infrastructures aux possibilités inouïes permettant tant à la production qu'à la distribution d'améliorer l'accessibilité aux œuvres de l'ONF.

Un des éléments fondamentaux du travail qui attend l'ONF dans un avenir numérisé est la conversion au numérique de ses œuvres analogiques et de ses autres biens. L'ONF surveillera de près les tendances qui se font dans l'industrie ainsi que les voies empruntées par les auditoires. Les projets de recherche et de développement feront en sorte que les œuvres de l'ONF pourront migrer aisément vers des plateformes telles que le cellulaire, le baladeur numérique (iPod) et d'autres à venir à mesure de leur sortie sur le marché et de l'engouement qu'elles susciteront chez les consommateurs.

Au cours de la période de planification à venir, l'ONF commencera à formuler une stratégie de distribution multiplateforme générale et uniforme et une stratégie relative au e-cinéma pour améliorer l'efficience de ses opérations de distribution et faire en sorte que sa collection audiovisuelle reste accessible à prix modique à la population canadienne.

La mise en œuvre d'un projet pilote d'e-cinéma dans cinq communautés acadiennes francophones servira de référence à l'établissement d'un réseau national d'e-cinéma expérimental grâce auquel le centre partenaire pourra offrir gratuitement des films de l'ONF à la communauté. Ce projet pilote fera office de terrain d'expérimentation pour poursuivre les activités de recherche et de développement à l'ONF, examiner les possibilités et les défis technologiques de même que la faisabilité liés à la mise en place d'un réseau national d'e-cinéma. Il procurera aussi un cadre pour évaluer les besoins des parties en ce qui a trait à l'amélioration des outils de consultation des films offerts sur le serveur fourni avec le projet, au téléchargement des films et au soutien nécessaire au marketing du projet. Une fois établi, ce projet serait étendu et rendu accessible à l'industrie audiovisuelle canadienne de manière à permettre aussi au secteur privé de transmettre sa programmation aux communautés mal desservies.

La mise sur pied d'un réseau de distribution numérique, qui viendrait compléter l'infrastructure actuelle de distribution et de projection de films, ferait grimper le nombre de productions canadiennes et élargirait la portée géographique de leur diffusion. Le cinéma numérique et les projets de l'ONF en matière d'e-cinéma offrent des perspectives extraordinaires dans les domaines de l'accès au public et de la diversité de production.

L'ONF souhaite atteindre les résultats suivants :

- Œuvres audiovisuelles accessibles sur les nouvelles plateformes de distribution;
- Poursuite de la numérisation de la collection de l'ONF;
- Nombre accru d'œuvres audiovisuelles offertes en ligne;
- Augmentation des ventes de titres de l'ONF;
- Amélioration de l'accès à la collection de l'ONF au moyen d'activités et outils divers, notamment les médiathèques et autres ressources;
- Multiplication des activités ciblant le secteur de l'éducation;
- Efforts de recherche et développement appréciables dans le domaine des techniques et de la technologie audiovisuelles.

Stratégies de mesure du rendement et indicateurs de rendement

Pour évaluer son rendement, l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- Pourcentage de ses productions audiovisuelles accessibles sur de nouvelles plateformes de distribution;
- Nombre de productions audiovisuelles offertes en ligne;
- Ventes, préventes et revenus trimestriels;
- Indicateurs d'auditoire des productions de l'ONF;
- Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet);
- Assistance à des projections et à des rétrospectives de films de l'ONF;
- Pourcentage de l'auditoire ayant utilisé, consulté ou vu des productions de l'ONF sur de nouvelles plateformes de distribution;
- Nombre d'heures de plans d'archives numérisés.

2.4 Activité de programme : Fonds renouvelable

Ressources financières (en milliers de dollars)

2008–2009	2009–2010	2010–2011
0	0	0

Ressources humaines

2008–2009	2009–2010	2010–2011
0	0	0

L'ONF utilise son fonds renouvelable comme fonds de roulement pour ses opérations commerciales, pour le financement provisoire de ses coûts d'exploitation et de l'acquisition d'immobilisations et pour l'enregistrement de changements dans la valeur nette de ses immobilisations. Il s'en sert également pour financer provisoirement son manque à gagner, mais il convient de signaler que ses coûts d'exploitation sont couverts par des crédits parlementaires votés chaque année.

SECTION III –RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Tableau 1 : Lien de l'agence avec les résultats du gouvernement du Canada

Résultat stratégique : Le reflet des valeurs et perspectives canadiennes grâce à la production d'œuvres audiovisuelles canadiennes novatrices qui sont accessibles aux médias pertinents du jour.					
	Résultats escomptés	Dépenses prévues (en milliers de dollars)			Harmonisation avec le secteur de résultats du gouvernement du Canada
		2008-2009	2009-2010	2010-2011	
Production d'œuvres audiovisuelles	L'ONF produit des œuvres audiovisuelles pertinentes, audacieuses et innovatrices qui donnent aux Canadiens une meilleure compréhension du Canada et du reste du monde.	51 060	51 060	51 060	Affaires sociales : une culture et un patrimoine canadiens dynamiques
Distribution, accessibilité et rayonnement	Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont accessibles au public canadien dans toutes les régions du pays.	13 982	13 982	13 982	Affaires sociales : une culture et un patrimoine canadiens dynamiques

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C.1985, ch. N-8 (la dernière modification remonte à 2003)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Bureau central : Montréal
Bureau administratif : Ottawa

Distribution au Canada
- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre d'appels (1-800-267-7710)
- Site Web (<www.onf.ca>)

Distribution à l'étranger
- États-Unis (New York)
- Europe (Paris)

Centres de production anglaise
- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française
- Moncton
- Montréal
- Toronto

Bureau de production française
- Québec

LISTE DES PERSONNES-RESSOURCES POUR LE RPP

Luisa Frate
Directrice, Administration
514-283-9050
l.frate@onf.ca

Deborah Drisdell
Directrice, Planification stratégique et relations gouvernementales
514-283-3242
d.drisdell@onf.ca